



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Cooper, Donald R., Pamela S. Schindler (2014), *Business Research Methods*, Edisi 12, USA: McGraw-Hill Irwin.
- Ghozali, Imam (2018), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 9 Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Reerun, Rintho Rante (2018), *E-Commerce: Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*, Yogyakarta: Deepublish
- Romindo, et al. (2019), *E-Commerce: Implementasi, Strategi, dan Inovasinya*, Medan: Yayasan Kita Menulis
- Uma, Sekaran dan Roger Bougie (2017), *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi:6, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat.

### Jurnal:

- Anggraini, M.D. (2020), Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Purchase Decision. Skripsi. Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Chaffey, D. F. E.-C. (2016). Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice Sixth Edition. *Journal of Chemical Information and Modeling* Vol.53, Issue 9. Dalam Hasrul, A.F., Suharyati, Sembiring, R. (2021), Analisis Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Elektronik di Tokopedia. Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi Vol.2, 2021.
- Chen, Y., Xie, J. (2008), Online consumer review: word-of-mouth as a new element of marketing communication mix. *Manag. Sci.* 54 (3). Dalam Farki, Ahmad (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. Skripsi. Manajemen Bisnis. Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Sepuluh Nopember : Surabaya.
- Damayanti, R.S. (2019), Pengaruh Online Customer Review dan Rating, E-Service Quality dan Price terhadap Minat Beli pada Online Marketplace Shopee. Skripsi. Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Daulay, N. (2020), Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee (Studi pada Masyarakat Kecamatan Medan Labuhan). Skripsi. Ilmu Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara.
- Dwidienawati, et al. (2020), Ulasan pelanggan atau dukungan influencer: mana yang lebih memengaruhi niat beli?. *Heliyon* 6, 2020.
- Farki, Ahmad (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. Skripsi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Manajemen Bisnis. Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Sepuluh Nopember : Surabaya.

Gracia, Monica (2020), Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Layanan terhadap Minat Pembelian Kembali Konsumen Gofood Jakarta. Skripsi. Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Hasrul, A.F., Suharyati, Sembiring, R. (2021), Analisis Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Elektronik di Tokopedia. Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi Vol.2, 2021.

Hu, N., Bose, I., Koh, N. S., & Liu, L. (2012). Manipulation of online reviews: An analysis of ratings, readability, and sentiments. *Decision Support Systems*, 52(3). Dalam Farki, Ahmad (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. Skripsi. Manajemen Bisnis. Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Sepuluh Nopember : Surabaya.

Marie, A.L., Widodo, R.E. (2019), Pengaruh Online Reviews terhadap Online Hotel Booking Intentions, Study Kasus pada Traveloka. *Jurnal Ilmiah Pariwisata* Vol.24, No.3, November 2019.

Mo, Z., Li, Y. & Fan, P. (2015), Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. *Journal of Service Science and Management*, 8 June. Dalam Auliya, Z.F., Umam, M.R.K, Prastiwi, S.K. (2017), Online Costumer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia. *EBBANK* Vol.8, No.1, Juni 2017.

Mo, Z., Li, Y. & Fan, P. (2015), Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. *Journal of Service Science and Management*, 8 June.

Mulyono, Hardi (2021), Online Customer Review and Online Customer Rating on Purchase Intention in Online Shop. *International Journal of Research and Review* Vol.8, Issue 1, January 2021.

Ningsih, E.S.P. (2019), Pengaruh Rating dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian secara Online pada Marketplace Shopee. Skripsi. Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar.

Putri, Melisa (2021), Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Lazada di Kecamatan Rumbio Jaya. Skripsi. Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau : Pekanbaru.

Sari, Syskadiana (2019), Pengaruh Kelompok Referensi, Online Customer Review dan Citra Merek terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Generasi Milenial Natasha Skin Clinic Center). Skripsi. Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Magelang.

Shahnaz, N.B.F, Wahyono (2016), Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online. *Management Analysis Journal*.

Tanjung, Galang (2021), Pengaruh Youtube Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.



viewers Youtube Wardah Channel Suhay Salim). Skripsi thesis. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.

Thakur, R. (2018), Customer engagement and online reviews. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41, November 2017. Dalam Hasrul, A.F., Suharyati, Sembiring, R. (2021), Analisis Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Elektronik di Tokopedia. Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi Vol.2, 2021.

Wibisono, H., Wijaya, K.E., Andreani, F. (2021), Pengaruh Online Review dan Online Rating terhadap Minat Beli pada Konsumen Pergikulinier di Surabaya. Manajemen Perhotelan. Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Kristen Petra : Surabaya.

Widokarti, J. R. & D. J. P. (2019). *Konsumen Pemasaran Komunikasi Kontemporer*.

Wijaya, Andi (2019), Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating dari Zomato pada Keputusan Pembelian Konsumen di Daerah Kelapa Gading. Skripsi. Administrasi Bisnis, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Xie, K.L., Chen, C., & Wu, S. (2016), Online Consumer Review Factors Affecting Offline Hotel Popularity: Evidence from Tripadvisor. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 33(2).

#### Website:

Logo Traveloka, diakses 27 November 2021, <https://www.traveloka.com/en-id/explore/activities/traveloka-com-official-logo/17331>

Makna Logo Traveloka, diakses 27 November 2021, <https://id.quora.com/Burung-apakah-yang-ada-di-logo-Traveloka-Apa-asal-usul-ceritanya-dan-bagaimana-itu-dianggap-mewakili-perusahaan-dan-negara-secara-keseluruhan>

Nilai Transaksi E-commerce, diakses 27 November 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/29/nilai-transaksi-e-commerce-mencapai-rp-2663-triliun-pada-2020>

Pengertian Akomodasi , diakses 27 November 2021, <https://www.kbbi.web.id/akomodasi>

Pengertian Traveloka, diakses 27 November 2021, <https://www.traveloka.com/id-id/about-us>

Slogan Traveloka, diakses 27 November 2021, <https://shiellakarisa.blogspot.com/>

Transaksi Tiket Online di Indonesia , diakses 27 November 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/12/12/transaksi-tiket-online-di-indonesia-diperkirakan-mencapai-rp-125-triliun-pada-2018>

10 Agen Perjalanan Online Terpopuler, diakses 27 November 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/12/10-agensi-perjalanan-online-pilihan-konsumen>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.